

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Berdirinya suatu perusahaan pasti memiliki tujuan diantaranya untuk mencapai keuntungan yang maksimal bagi para pemilik entitas dan pemegang saham, dan memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya. Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli atau investor apabila perusahaan dijual, maka nilai perusahaan yang tinggi akan semakin besar pula kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Wiagustini, 2010).

Sektor industri manufaktur dinilai perlu melakukan terobosan di tengah ketatnya persaingan dengan pelaku usaha di kawasan Asia. Inovasi melalui pemanfaatan teknologi dan efisiensi proses produksi akan menjadi kunci bagi penguatan daya saing industri manufaktur didalam negeri.

Pertumbuhan ekonomi pada tahun 2019 ini turun menjadi 5,02%, dari tahun sebelumnya yang mencapai 5,17%. Dari sisi pengeluaran, salah satu penyebabnya adalah kinerja investasi yang menurun. Tahun 2019, PMTB hanya tumbuh 4,45%. Angka ini anjlok dari tahun 2018 yang mencapai 6,64%. Sehingga pada tahun 2019, sumbangan PMTB (Pembentukan Modal Tetap Bruto) pada pertumbuhan ekonomi hanya 1,47%, lebih rendah dari tahun sebelumnya

yang mencapai 2,16%. (Tempo.Co, 2019).

Memasuki kuartal III pada tahun 2019, investasi pada sektor industri manufaktur masih belum mampu bertumbuh secara signifikan. Padahal, investasi di sektor ini perlu terus ditingkatkan apabila pemerintah memang hendak mendorong perkembangan industri dan meningkat ekspor barang-barang olahan yang memiliki nilai tambah. Data Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM) mencatat realisasi investasi pada sektor industri manufaktur mulai dari Januari hingga September 2019 baru mencapai Rp 147,3 triliun. Capaian ini lebih rendah dibandingkan dengan realisasi investasi menuju sektor industri manufaktur pada periode yang sama tahun sebelumnya. Dari tahun ke tahun, tampak bahwa sektor industri manufaktur sendiri sudah mulai di tinggalkan oleh investor dan investor mulai bergeser dari sektor industri manufaktur ke sektor jasa. (Ekonomi Bisnis.com, 2019).

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas. Perusahaan pada dasarnya didirikan guna menciptakan nilai tambah, terutama dalam menghasilkan laba. Perusahaan yang menerapkan prinsip-prinsip ekonomi, umumnya tidak hanya berorientasi pada pencapaian laba maksimal, tetapi juga berusaha meningkatkan nilai perusahaan dan kemakmuran pemiliknya (Safitri, 2016).

Banyak aspek yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan diantaranya profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas (Kasmir, 2012). Namun pada penelitian ini hanya memfokuskan pada

beberapa aspek yang digunakan dalam mendukung nilai perusahaan seperti ukuran perusahaan, struktur modal dan profitabilitas.

Profitabilitas menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dan memaksimalkan nilai perusahaan tersebut, dan saling berkaitan dalam meningkatkan kesejahteraan para pemegang sahamnya, sehingga tujuan tersebut merupakan suatu yang penting dalam menjaga kelangsungan hidup perusahaan, meningkatkan kesejahteraan tenaga kerja yang dimilikinya, meningkatkan kualitas, dan mutu produknya karena semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu badan maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin. Kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dan mengukur tingkat efisiensi operasional dan efisiensi dalam menggunakan harta yang dimilikinya.

ukuran perusahaan dimana ukuran perusahaan terbagi menjadi dua yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar, Besar kecilnya perusahaan dapat dilihat dari total aktiva dan jumlah penjualan. Menurut Rachmawati dan Purwanti (2016) perusahaan yang mempunyai nilai skala kecil cenderung kurang menguntungkan dibandingkan dengan perusahaan yang berskala besar. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, dengan demikian ukuran perusahaan yang semacam ini dapat membantu dalam meningkatkan nilai perusahaan

Kemampuan perusahaan dalam meyakinkan investor menghubungkan bahwa perusahaan yang telah berjalan memiliki prospek yang baik dengan melihat nilai perusahaan yang merupakan ukuran atas kinerja perusahaan yang dilihat dari harga saham. Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor karena merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan (Cecilia et al., 2015)

Fama (1978) menekankan bahwa nilai perusahaan akan tercermin dari harga sahamnya. Teori keagenan mengungkapkan bahwa para pemilik perusahaan (principal) mempekerjakan manajemen (agent) yang dinilai sebagai tenaga ahli atau profesional untuk diposisikan sebagai manajer ataupun komisaris dalam mengelola perusahaan. Hal ini dengan harapan bahwa di bawah pengelolaan tenaga ahli atau profesional, kinerja perusahaan akan menjadi lebih terjamin, dapat bertahan dan bersaing di tengah suasana pasar yang semakin kompetitif sekaligus dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham.

Penelitian yang dilakukan oleh Rachmawati dan Pinem (2017) menunjukkan hasil profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan namun mempunyai hasil penelitian yang berbeda dengan Indriyani (2017) dan Manoppo dan Arie (2016) bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selanjutnya hasil penelitian yang dilakukan Syardiana *et al* (2015) dan Irawan dan Kusuma (2019) menunjukkan hasil struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan berbeda dengan Pratiwi Yuni *et al* (2016) bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian terdahulu terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian, maka peneliti ingin menguji dan menganalisis Kembali pengaruh ukuran perusahaan, struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian ini peneliti menggunakan objek perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI untuk periode 1 tahun yaitu tahun 2019. Perusahaan manufaktur dipilih sebab industri manufaktur merupakan penggerak perekonomian di Indonesia yang kegiatan usahanya dipengaruhi oleh masyarakat baik secara langsung maupun tidak langsung dan jika dikaitkan dengan fenomena yang telah dijelaskan di atas minat investor terhadap perusahaan manufaktur mulai menurun dan beralih ke sektor jasa. Atas pemikiran di atas maka penelitian ini berjudul: “Pengaruh ukuran perusahaan, struktur modal, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”.

B. Perumusan Masalah

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?
3. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan ?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menguji pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

Manfaat Penelitian :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memiliki manfaat sebagai tambahan pengetahuan dalam bidang ilmu ekonomi terutama akuntansi, khususnya mengenai ukuran perusahaan, struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur dalam meningkatkan nilai perusahaan khususnya pada perusahaan sektor yang terkait, sehingga manajemen dapat menunjukkan tingkat kemakmuran dan pemegang saham yang terdapat di perusahaan. Jika perusahaan dapat memperlihatkan kemakmuran pemegang saham, investor akan cenderung tertarik untuk menanamkan dananya ke perusahaan tersebut karena kinerja baik yang ada di perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.